

І.Г. Бубенець, ст. викл.

СУЧАСНИЙ СТАН ТОРГІВЛІ ЯК ГАЛУЗІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Визначено сутність торгівлі як галузі народного господарства, розглянуто стан та проблеми розвитку внутрішньої торгівлі України, її роль в економічному житті країни за сучасних умов.

Определена сущность торговли как отрасли народного хозяйства, рассмотрено состояние и проблемы развития внутренней торговли Украины, ее роль в экономической жизни страны в современных условиях.

The essence of trade as an industry of national economy is defined, the state and problems of the development of Ukraine domestic trade are considered, its role in economic life of the country in modern conditions.

Постановка проблеми у загальному вигляді. З переходом до ринкової економіки будь-якої країни величезне значення має формування і розвиток споживчого ринку, від стану якого залежить забезпеченість населення, рівень споживання, стійкість грошового обертання. Важливу роль у вдосконаленні споживчого ринку відіграє роздрібна торгівля, яка є значною складовою світової економіки. Об'єми роздрібних продажів і зайнятість у сфері роздрібно торгівлі – важливі економічні показники, а тенденції в роздрібній торгівлі відображають тенденції розвитку господарської діяльності країни. Але на сьогодні сучасний стан внутрішньої торгівлі суттєво відстає від вимог українського суспільства та не відповідає світовим тенденціям розвитку галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розуміння торгівлі як галузі народного господарства та різноманітні аспекти роботи операторів роздрібно торгівлі висвітлені в працях як зарубіжних, так вітчизняних вчених-економістів: В.І. Іваницького, Р.А. Максименка, Н.Н. Ушакової, Ф.Г. Панкратова, А.М. Матліна, І.К. Белявського, І.І. Дмитрашка, Т.В. Андросової, Б. Вейтца, Л.О. Лігоненка тощо. У своїх працях вчені дають визначення та аналіз стану торгівлі в умовах перехідної економіки, але мало акцентується уваги на конкретних організаційних моделях, що є перспективними для розвитку торгівлі в майбутньому.

Мета та завдання статті. Завданням нашого дослідження є уточнення поняття суті «торгівлі» як галузі народного господарства,

проведення аналізу сучасного стану роздрібно́ї торгівлі України, визначення її ролі в економічному житті країни з метою виокремлення передумов подальшого розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш ніж розглянути особливості розвитку торгівлі як галузі господарства на сучасному етапі, представляється необхідним уточнити поняття торгівлі. Сутність торгівлі в науковій і навчальній літературі трактується різноманітно: 1) форма обміну продуктами праці та послугами; 2) процес куплі-продажу товару шляхом укладення двосторонньої угоди між продавцем і покупцем (в усній чи письмовій формі); 3) спеціалізована галузь господарства, яка забезпечує доведення товарів до споживача (населення) [4-6]. Ці визначення не суперечуть один одному, тому що характеризують різні сторони поняття – торгівля.

Ми повинні відзначити, що термін «торгівля» в економіці має два визначення. Перше: торгівля – це сукупність актів купівлі-продажу. І друге: торгівля – самостійна галузь народного господарства, яка здійснює зв'язок між виробниками і споживачами в процесі обміну виробленої продукції на грошові кошти з метою отримання прибутку. Отже торгівля – атрибут будь-якого суспільства. Вона існує в усіх економічних формаціях і відображає рівень розвитку товарно-грошових відносин, носієм яких вона є. Разом з торгівлею розвиваються і відносини купівлі-продажу, які й отримують своє закріплення у визначенні комерції. Ці відносини не можуть існувати без торгівлі. Оскільки вони виникають у процесі функціонування останньої і відбивають ступінь її зрілості.

Торгівля як галузь тісно пов'язана практично з усіма галузями народного господарства. Вона реалізує продукцію галузей промисловості, сільського господарства, будівельного виробництва, користується послугами транспорту, комунального господарства, капітального будівництва, працює в тісному контакті зі сферою побутового обслуговування. Діяльність торгової галузі пов'язана з фінансово-кредитною системою і грошовим обігом.

Торгівля здійснює економічний зв'язок між окремими областями країни, забезпечуючи обмін товарів. Це сприяє раціональному розподілу праці між окремими регіонами країни, підсилює спеціалізацію окремих районів.

З'ясування місця того або іншого роду діяльності в структурі народного господарства звичайно починають з кількісних оцінок. Торгівля вносить свій внесок у подальший розвиток сфери обслуговування, яким супроводжується економічне зростання у всіх країнах і знаходить своє виявлення як в галузевому розподілі економічно активного населення, так і у складі національного продукту.

Стан розвитку внутрішньої торгівлі України, її роль в економічному житті країни, тенденції розвитку, інституціональні зміни, соціальне призначення можна спостерігати на основі аналізу основних показників, що характеризують її діяльність.

Сьогодні торгівля є однією з основних галузей народного господарства України. Вона перша відчула на собі процеси роздержавлення і приватизації, що є невід'ємним елементом ринкової економіки. Трансформаційні перетворення, що відбулися в галузі за цей період змінили саму суть процесу реалізації товарів у державі, сприяли створенню конкурентного середовища в торгівлі, появи незалежних суб'єктів господарювання різних форм власності, які самостійно визначають стратегію своєї діяльності, формують товарну, цінову, збутову, комунікаційну політику. Розвиток роздрібно торгівлі за цей період має чітко визначені особливості. Про це свідчить скасування у короткій термін централізованого розподілу товарних ресурсів, зміна адміністративної управлінської вертикалі горизонтальними зв'язками, активно розпочатий і практично завершений процес роздержавлення та приватизації в галузі [1]. На частку приватних (колективних та індивідуальних) підприємств оптової та роздрібно торгівлі зі статусом юридичної особи на початок 2006 р. припадало 98,7 % загальної їх кількості.

Торгівля є однією з провідних галузей економіки держави. Про це свідчить такий найважливіший показник галузевої діяльності як роздрібний товарооборот. Протягом 2005-2007 років намітилась стійка тенденція до реального зростання обсягу роздрібно товарообороту, що є свідченням розширення та активізації внутрішнього ринку. Тільки за 2007 рік реальний валовий внутрішній продукт становив 712,9 млрд гривень, у той час як оборот роздрібно торгівлі (роздрібний товарооборот підприємств роздрібно торгівлі, розрахункові дані щодо обсягів продажу товарів на ринках і фізичним особами-підприємцями) склав 321 млрд гривень. Зростання ВВП за 2005-2007 роки відбулося, в основному, за рахунок збільшення валової доданої вартості у торгівлі. За досягнутими темпами росту ВДВ торгівля серед інших галузей посідає перше місце [2].

Сьогодні роздрібно торгівля представлена в Україні в різних форматах: від традиційних (ринків, магазинів, кіосків, вуличних лотків) до сучасних (міні-, супер- і гіпермаркетів, торгових центрів). Позитивною ознакою є випереджаючі темпи зростання кількості торговельних об'єктів сучасних типів. Якщо в 2001 р. їх налічувалося 141 об'єкт, то за станом на початок 2005 р. – 654 об'єкти, що в 4,6 рази більше [3].

У підприємствах торгівлі сконцентрована значна частина національного багатства України. Нарощення активів підприємств оптової та роздрібною торгівлі України за останні роки характеризується більш високою динамікою, ніж підприємств інших видів економічної діяльності. Якщо, в цілому на підприємствах, що займаються економічною діяльністю, активи за чотири роки зросли в 1,5 рази, то на торговельних підприємствах – більш ніж у 1,9 рази. Більш високими темпами в торгівлі відбувся і приріст оборотних активів – вони збільшились у 1,8 рази, проти 1,7 разів на підприємствах всіх видів економічної діяльності в цілому [2].

Така позитивна тенденція призвела до значного підвищення питомої ваги активів торговельних підприємств в загальній сумі активів підприємств реального сектору економіки України – всього за чотири роки питома вага всіх активів підприємств торгівлі зросла з 16,4 до 21,3%, а оборотних активів – відповідно з 32,8 до 35,4%. Інакше кажучи, серед підприємств, що займаються економічною діяльністю, в Україні на 1 січня 2007 р. більш ніж п'ята частина всієї суми активів та більш ніж третина оборотних активів належала підприємствам оптової та роздрібною торгівлі.

Високу роль відіграє торгівля і у забезпеченості зайнятості населення країни. Умови ринкової економіки сприятливо впливали на розвиток зайнятості торговельною діяльністю. На сьогодні цією діяльністю зайнято майже 4 млн чоловік, або кожен п'ятий громадянин України, що має статус зайнятості економічною діяльністю. При цьому слід відзначити, що лише 1,2 млн чоловік (або 30%) із зайнятих торговельною діяльністю є найманими працівниками; інші 2,8 млн чоловік (або 70%) є само-зайнятими або роботодавцями. Для порівняння слід відзначити, що рівень само-зайнятих працівників та роботодавців у інших видах економічної діяльності становив у 2005 р. лише 31% (тобто вдвічі менше, ніж у торгівлі). За станом на 1 січня 2007 р. переважна більшість найманих працівників торгівлі (96%) працювали безпосередньо на підприємствах в установах та організаціях торговельної діяльності [2].

Висока інвестиційна привабливість українського ринку роздрібною торгівлі спричинила появу та активне просування торгових форматів. Що використовують прогресивні технології продажів, ефективний менеджмент та надають якісне торгове обслуговування.

У зв'язку з розвитком мережевих магазинів, торговельних центрів в яких пропонується широкий асортимент товарів, доступні для масового споживача ціни, спостерігається поступовий перехід покупців від ринків до магазинних форм торгівлі. Їх притягує гарантія

якості товарів, спектр додаткових послуг. Але все ж таки ринки зберігають своє значення для покупців через нижчі ціни на аналогічні товари, зазвичай на 10...20% порівняно з магазинами. Це досягається за рахунок низьких накладних витрат. Підкреслимо, що ринки виявилися живучими й адаптованими. Відкриті ринки трансформуються, переміщуються під дах павільйонів.

Зміни в торгівлі споживчими товарами відбуваються під впливом, з одного боку, глобалізації, а з іншого – під впливом змін самих покупців, їх смаків, нових вимог.

Нові торговельні формати, що виникають останнім часом, спрямовані на забезпечення верств населення (покупців), залучення покупців за допомогою вже відомих брендів, підвищення якості товарів, надання додаткових послуг, використання сукупності маркетингових інструментів.

Останнім часом розвиваються мережеві роздрібні магазини, розташовані біля домівок покупців, які теж мають попит у покупців.

Право на розвиток має і багатоформатна стратегія, що спрямована на створення гіпермереж, які включають різні магазинні формати. В Україні до таких багатоформатних торгових операторів можна віднести такі компанії, як Fozzy Group і ТК «Інтермаркет», які мають у своєму складі Cash&Carry, супермаркети, дискаунтери, магазини самообслуговування і свої логістичні центри. Глобалізація сприятиме розвитку електронної торгівлі через Інтернет, торгових центрів (ТЦ), торгово-розважальних центрів (ТРЦ), ритейл-парків, тощо.

Так, подальший розвиток роздрібно торгівлі в Україні передбачає освоєння незапланованих ринкових ніш, витіснення ринків, конкуренцію, створення дрібно-оптових продовольчих ринків, гіпермаркетів, дискаунтерів, тиск нового покоління торгових операторів.

Варто ще зазначити, що незважаючи на те, що майже 10 років існують супермаркети, покупці ще відвідують ринки, де купують сільськогосподарську продукцію, овочі, фрукти, які там дешевші та свіжіші, ніж в супермаркетах. Тому, з боку органів державного управління доцільно проводити систематичні оцінки стану торгівлі, розвитку торговельних форматів, розробляти стратегію подальшого розвитку, визначати найбільш доцільні шляхи вітчизняного ритейла.

Висновки. Розвиток товарно-грошових відносин, активізація усіх форм власності, орієнтація на економічні інтереси висунули на перший план економічно активні верстви населення, а торгівля стала найпоширенішим видом економічної діяльності країни, яка відіграє важливу роль у її розвитку.

Структура основних торговельних каналів України представлена новими крупними форматами, що займають майже 12% в роздрібному товарообороті, частка незалежних магазинів складає 30%, а ринків – майже 50% [2]. Звідси можна зробити висновок про те, що українська торгівля ще не вибудувалася в чітку систему, спостерігається етап прискореного розвитку, структуризація торгових операторів. Тому цей процес потребує регулювання з боку місцевих і центральних органів влади, розробки сучасних державних стандартів розвитку торгівлі, її складових.

Список літератури

1. Радіонов, Ю. Ф. Тенденції та проблеми розвитку внутрішньої торгівлі в Україні [Текст] / Ю. Ф. Радіонов // Маркетинг і реклама. – 2002. – № 5-6. – С. 20–22.

2. Статистична інформація щодо основних показників соціально-економічного, демографічного розвитку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>.

3. Фурсова, И. Обзор структуры и динамики развития розничной торговли в Украине [Текст] / И. Фурсова // Маркетинговые исследования в Украине. – 2005. – №5. – С. 30–34.

4. Матлин А. М. Размышление экономиста о торговле [Текст] / А. М. Матлин. – М. : Экономика, 1990. – С. 172.

5. Леви, М. Основы розничной торговли [Текст] : [пер. с англ.] / М. Леви, Б.А. Вейтц ; [под ред. Ю.Н. Каптуревского]. – С-Пб : Питер, 1999. – 448 с.

6. Андросова, Т. В. Торговля в ринковій економіці [Текст] : навч. посібник / Т. В. Андросова. – Харків, 2001. – 120 с.

Отримано 15.03.2009. ХДУХТ, Харків.

© І.Г. Бубенець, 2009.

УДК 642.5.024.5

В.Г. Гула, ст. викл.

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК ПІД ЧАС ВИЗНАЧЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ЧИННИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ ДОСТАВКИ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

Розглянуто питання оцінки системи перевезення хлібобулочних виробів до споживачів. У результаті проведеного дослідження було з'ясовано взаємозв'язок і вплив різних чинників на ефективність системи доставки хлібобулочних виробів.